

Comunicato stampa

SNAI punta sul marketing digitale

L'ad Schiavolin: "L"innovazione al centro della nostra strategia per consolidare la leadership"

Milano, 16 febbraio 2017 – Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing.

Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come SNAI, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali.

Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori.

«L'innovazione – dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo SNAI – è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel"».

Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale SNAI conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito.

Ufficio stampa Gruppo Snai

Cell. +39.347.0658664 - e-mail: ufficio.stampa@snai.it

Ad Hoc Communication Advisors

Giorgio Zambelletti - Tel. 02.7606741 - e-mail: giorgio.zambelletti@ahca.it

Demos Nicola - Cell. 335.1415583 - e-mail: demos.nicola@ahca.it